

УДК 070(091):378.4(477.64)ЗНУ

**Н. В. Романюк**доцент кафедри видавничої справи та редагування  
факультету журналістикиЗапорізького національного університету,  
кандидат філологічних наук, доцент (Україна)**ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ  
КОРПОРАТИВНОЇ ГАЗЕТИ «ЗАПОРІЗЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

*У статті висвітлено історію становлення та розвитку корпоративної газети «Запорізький університет». Окреслено дефініцію поняття «корпоративне університетське періодичне видання». Наголошено на етапах функціонування газети, виділено особливості статусу видання, його композиційної структури, зокрема нововведення, які характерні кожному періоду існування газети.*

**Н. В. Романюк*****История становления и функционирования корпоративной газеты «Запорожский университет»***

*В статье освещена история основания и развития областной университетской газеты. Актуальность темы обусловлена недостаточным уровнем изучения типологических признаков именно корпоративных изданий учебных заведений. Исходя из классификации, фиксирующей понятие «корпоративное университетское периодическое издание», определена дефиниция термина. Это периодическое некоммерческое печатное издание в виде газеты или журнала, издаваемое предприятием, организацией или учебным заведением для доведения интересной и важной информации до сотрудников, партнеров, клиентов. Применительно к определенным типологическим критериям «Запорожский университет» — это информационная молодежная университетская газета, которая выходит дважды в месяц на украинском языке и распространяется бесплатно на местном уровне.*

*Выделены два периода функционирования издания, каждый из которых имеет два этапа: первый период — советский (1973–1993 гг.), второй — современный (1993 – декабрь 2020 г.). Выявлены особенности статуса издания в каждом из периодов: с момента создания — «орган партбюро, комитета ЛКСМУ, профкома, местного и ректората Запорожского государственного педагогического института», а впоследствии становится «Областной академической газетой коллектива Запорожского национального университета». С 1973 по 2000 г. газета издавалась раз в неделю на русском и украинском языках форматом А3 на двух страницах, а с 2012 г. стала выходить дважды в месяц на украинском языке форматом А3 на 4–6 страницах и распространяться на местном уровне.*

*Указаны изменения композиционной структуры газеты, в частности обновленная рубрикация, расширенная и измененная тематика.*

Также анализируется и художественное оформление издания, в результате чего отмечены тенденции в шрифтовых и иллюстративных элементах, цветных выделениях. Так, эффективной особенностью графического оформления издания стал отказ от использования линеек и переход к тоновым подложкам, заливкам, к размещению графических изображений и общей динамизации вида полос.

Важным этапом развития графической модели стал переход газеты на полноцветную печать, способствующую применению разнообразных графических средств при оформлении печатных материалов. В цветовой палитре издания до 2006 года превалировал зеленый цвет и его оттенки, а после — стал доминировать синий, соответствующий корпоративному стилю Запорожского национального университета.

Неизменной осталась жанровая палитра иллюстраций. На протяжении всего времени существования в рассматриваемой газете использовались преимущественно репортажные снимки и фотопортреты. Это вызвано тем, что специфика издания предполагает, прежде всего, информирование о новых событиях университетской жизни.

**N. V. Romaniuk**

***History of formation and functioning of the corporate newspaper «Zaporizhzhia University»***

*The article covers a topical issue of the history of the founding and development of the regional university newspaper. The relevance of the topic is due to the insufficient level of study of typological features of the corporate edition of educational institutions. It is emphasized that the concept of «corporate university periodical» is not fixed in any of the developed classifications. The definition of this term is outlined as a periodical non-commercial printed issue in the form of a newspaper or magazine, created by an enterprise, organization or educational institution to convey important and interesting information to employees, partners, customers. According to the selected typological criteria, the analyzed newspaper is an informational youth university newspaper that is published twice a month in Ukrainian and is distributed free of charge at the local level.*

*Emphasis is placed on two periods of functioning of the edition, each of which has two stages: the first period is Soviet, 1973–1993, the second one is modern, covering the period from 1993 to December 2020. The peculiarities of the status of the issue in each of the periods are revealed. Thus, the newspaper replaced the status of «the body of the party bureau, the committee of the Young Communist League, the trade union committee, the local committee and the rectorate of the Zaporizhzhia State Pedagogical Institute» with «the regional academic newspaper of the Zaporizhzhia National University». In the period from 1973 to 2000 it was published once a week in Ukrainian and Russian in A3 format on two pages, and in 2012 it was published twice a month in Ukrainian in A3 format on 4–6 pages and was distributed locally. Changes in its compositional structure are also revealed, namely, the system of headings was updated, the subjects were expanded and replaced.*

*The layout of the issue is also analyzed, as a result of which the tendencies in font and illustrative elements, color selections are highlighted. Thus, the trend of development of graphic design of the issue was the rejection of the use of rulers and the change to tonal substrates, fills, the use of graphic images and the overall dynamization of the form of columns.*

*An important stage in the development of the graphic model was the transition of the newspaper to full-color printing, which contributed to the diversification of existing means of graphic design. The color scheme, which was characteristic of the studied edition before 2006 and was based on green color and its shades, after 2006 underwent changes and was reoriented to blue color, which corresponds to the corporate style of Zaporizhzhia National University.*

*The range of genre of illustrations remained unchanged. Throughout the period of its existence, the researched newspaper mainly uses reportage photos and photo portraits. This is due to the fact that the specifics of the publication involve primarily informing about new events of university life.*

Газета як періодичне видання на цей час є всебічно дослідженою. Проблеми типології та функціонування періодичних видань вивчали С. Гуревич [1], О. Каплій [2], О. Коцарев [3], В. Московцева [4], М. Недопитанський [5], В. Шевченко [6; 7] та ін. Проте не всім типам періодичних газетних видань приділено достатньо уваги, наприклад, виданням вищих навчальних закладів, які є корпоративними та існують і функціонують у загальнонаціональній системі засобів масової інформації (далі — ЗМІ) паралельно з іншими типами, але мають ряд специфічних ознак. Вони є важливим органом інформування та виховання молодого покоління. Саме тому цей тип періодики потребує ґрунтовного вивчення й аналізу, чим і зумовлена *актуальність* теми нашого дослідження. *Метою* дослідження є виділення тенденцій в історії становлення та розвитку корпоративного видання «Запорізький університет».

Аналіз видо-типологічних ознак газет передбачає виділення місця корпоративного видання в системі ЗМІ. Зауважимо, що в ДСТУ 3017-2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» зафіксовані такі типи періодичних видань: газета, журнал, бюлетень, календар, експрес-інформація [8]. Провідними з-поміж них є газета й журнал.

Типологія ЗМІ досі перебуває у стані розробки й затвердження, тому існує чимала кількість їхніх класифікацій, серед яких обрати єдину правильну неможливо, адже кожна акцентує увагу на якійсь особливості. У журналістській науці, на думку А. Несхозієвського та О. Розума, широко застосовується матричний метод типологічної класифікації, сутність якого полягає в тому, що за допомогою системного аналізу історично сформованої структури періодики виділяються характеристики, на основі яких диференціюються типи газет — створюється матриця (або сітка) типоформуючих ознак, що має універсальний характер. І при конкретному аналізі того чи іншого типу газет використовують лише ті ознаки, які безпосередньо впливають на формування і функціонування відповідного газетного типу [9, с. 12]. Класифікація друкованих ЗМІ можлива за багатьма параметрами: тематичною масштабністю й рівнем охоплення аудиторії (загальнонаціональна, регіональна періодика); ознакою

власності (бюджетна, комерційна періодика) [5]; регіоном розповсюдження (транснаціональна, національна, регіональна, місцева); засновником (державна та недержавна преса); аудиторною характеристикою (вікова, гендерна, професійна, конфесійна); видавничими характеристиками (періодичність, наклад, формат, обсяг); легітимністю (за наявністю дозволу на видавничу діяльність — легітимна та нелегітимна); змістовим наповненням (якісна та масова преса) [2, с. 40] та ін. На жаль, мусимо констатувати й брак досліджень друкованих періодичних видань навчальних закладів. За часів незалежної України керівництво закладів освіти вимушені «з нуля» створювати модель видання, розрахованого на студентів вищих і профільних навчальних закладів. Тому в системі українських ЗМІ сформувався практично недосліджений пласт специфічних видань — корпоративних. Зважаючи на наявні класифікації періодичних видань, визначимо тип газети «Запорізький університет»: станом на 2020-й рік це інформаційна молодіжна університетська газета, що виходить двічі на місяць українською мовою й розповсюджується безкоштовно на місцевому рівні (у межах міста). Досліджуване видання позиціонує себе як «академічна газета» — про це свідчать дані про реєстрацію в Державному реєстрі друкованих ЗМІ та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності, проте ані у Державному стандарті [8], ані в роботах дослідників типології періодичних видань такий вид газет не виділено. Однак під корпоративним виданням вишу розуміємо періодичне некомерційне друковане видання у вигляді газети або журналу, що створюється навчальним закладом для донесення важливої й цікавої інформації співробітникам, студентам і партнерам.

Сучасний ринок української періодики є різноманітним і насиченим, проте корпоративна університетська преса, маючи низку специфічних ознак, займає в цій царині особливе місце. Яскравим прикладом цього виду періодичних видань є газета «Запорізький університет», що видається Запорізьким національним університетом і має давню історію, яка розпочалася в 1973 році. Ініціатором її заснування й першим редактором був Юрій Гапон — викладач кафедри педагогіки Запорізького державного педагогічного інституту.

Час існування газети поділимо на два періоди, кожен з яких складається з двох етапів.

*Перший період* — радянський, охоплює множину газетних номерів від заснування видання до 1993 року. Він представляє читачам типову радянську студентську газету як орган партійної пропаганди. Проаналізуємо історію становлення видання протягом двох основних етапів.

1. 1973–1985 роки. Досліджуване видання було засноване Запорізьким державним педагогічним інститутом (далі — ЗДПІ) у 1973 році під назвою «Педагог», мало статус «орган партбюро, комітету ЛКСМУ, профкому,

місцевкому та ректорату ЗДП» і орієнтувалося на молодь, зокрема студентів та старшокласників міста Запоріжжя й Запорізької області. Редактором газети у 1974–1980 роках був Віталій Шевченко — викладач кафедри української літератури, журналіст за освітою. А з 1980 і по 1993 роки — Олена Гривцова.

Газета виходила у світ обсягом 2 сторінки й у форматі А3, мала 5 колонок в одному кольорі (чорно-білий) та наклад у 1000 примірників. Постійними рубриками були «Партійне життя», «Кращі люди інституту», «Комсомольське життя», «Сторінки нашого життя». Композиція шпальт характеризується традиційним прийомом макетування, де переважають матеріали приблизно однакового обсягу, об'єднані в композиційні блоки, а також прямою версткою смуги: усі матеріали чотирикутної форми й займають на сторінці окремі блоки, текстові колонки практично ніколи не розриваються і мають однакову висоту в межах окремої публікації. Оформлення заголовків досліджуваного видання на першому етапі існування характеризується використанням великої кількості гарнітур — близько десяти. Постійним графічним елементом для газети «Педагог» є емблема інституту, яка подається зліва від назви видання у шапці.

2. 1985–1993 роки. Цей етап виділяється реорганізацією 16 серпня 1985 року ЗДП в класичний університет із назвою «Запорізький державний університет» (ЗДУ), у зв'язку з чим змінює назву й газета — на «Запорізький університет», однак зберігає свої ознаки, зокрема незмінними залишилися формат, обсяг, періодичність, наклад і читацька аудиторія. Продовжує переважати пряма верстка смуги — матеріали оформлюються в прямокутні текстові блоки без розривів. За розташуванням текстів по вертикалі і горизонталі стосовно центру смуги досліджуване видання належить до газет зі змішаною версткою. Графічне оформлення газети залишилося обмеженим: до його елементів слід віднести емблему університету, розташовану в лівому куті шапки, та набір лінійок, що залишився незмінним: тонка світла (для відбивання колонок у межах матеріалу). Оформлення заголовків на другому етапі існування видання має ті ж риси, що й на першому — використання великої кількості гарнітур.

Новаторством редакції видання було введення фоторепортажу як жанру журналістського твору. Наприклад, у номері від 19 січня 1990 року на першій сторінці подано фоторепортаж «Сесія», що складається із семи тематичних фото й супроводжується коротким текстом-поясненням. З'явилися рубрики «Обговорюємо проекти ЦК КПРС», «Студентський портрет» (до 1990 року) та ін.

Отже, газета протягом 1973–1992 років існує в межах однієї композиційно-графічної моделі, що визначається її статусом, читацькою аудиторією, тематикою. Виділяється мінімальним графічним оформленням. Основними ознаками газети цього періоду є: використання великої кількості гарнітур (Журнальна рубана, Газетна рубана, Брускова вузька, Літературна, Нова газетна та ін.),

накреслень (пряме, курсивне), насиченості (світлі, напівжирні, жирні), розміру шрифтів для оформлення заголовків, міжколонні інтервали не мають фіксованого значення, застосування лінійок і чорно-білий формат.

*Другий період* — сучасний, охоплює газетні номери від 1993 року до грудня 2020 року.

Газета «Запорізький університет» у процесі переходу до демократичної системи ЗМІ пережила оновлення і змістової, і композиційно-графічної моделі. Це стало можливим, по-перше, у зв'язку зі зникненням контролюючих партійних органів, тобто обов'язкової політичної складової видання, по-друге, зі збільшенням ролі читацьких вимог до художнього оформлення газети. Старе «обличчя» видання більше не відповідало потребам читачів, що стало причиною ґрунтовної модернізації його концепції.

Етапами цього періоду є:

1. 1993–2005 роки. Редактор газети Юрій Саплін (викладач кафедри російської мови) наголошує на тому, що після розпаду Радянського Союзу за період вимушеної перерви у виході газети майже повністю розпався авторський колектив. Він порівняв працю редакторського колективу багатотиражки в системі партійно-політичної преси і в умовах нового часу, наголосивши на тому, що «таких термінів, як “корпоративні видання”, GR, PR ми ще й не чули. То вчилися без теорії — відразу на практиці» [10, с. 4].

Відновлення випуску видання у 1993 році супроводжувалося зміною статусу видання («газета колективу ЗДУ») і виробленням нової композиційно-графічної моделі, що спиралася на нові технології верстки. Великий внесок у розвиток газети, у модернізацію процесу її підготовки та видання зробив редактор Олександр Гіммельфарб, який обіймав цю посаду протягом 1993–1998 років. Із 1998 по 2003 рік редактором газети «Запорізький університет» була Віталіна Московцева, а протягом 2003–2006 роки — Тамара Хоменко. Така плінність редакторів не могла не позначитися на композиції газети. Важливі зміни торкнулися її графічного оформлення: різко скоротилося використання лінійок, на заміну яким прийшли тонові підкладки, які використовують для оформлення рубрик. Починають застосовувати й типові тематичні графічні зображення — схематичні зображення людей, наприклад, для рубрики «Подробиці» — це зображення людини зі збільшувальним склом, для рубрики «Новини» — людина з газетою. Оновлена модель видання передбачала й повне оновлення шрифтового оформлення видання: використання гарнітури *Pragmatica* у виділенні заголовків матеріалів офіційного характеру та акцидентної рубаної насиченої гарнітури *Brush Type* в більшості заголовків. Нововведенням на цьому етапі стало й застосування маркерів для нумерованих списків, наприклад, у рубриках

«Новини ЗДУ», «Що? Де? Коли?» для позначення пунктів нумерованого списку використовується символ «ромб» чорного кольору.

Газета «Запорізький університет» у період 1993–2005 років традиційно виходила однокольоровим друком, однак нова композиційно-графічна модель передбачала використання кольору для оформлення макету видання, зокрема відтінки зеленого. Так, темно-зелений колір — для заливки верхніх колонтитулів, зелений середньої насиченості — для підкладок рубрики «У двох словах», світло-зелений — для плашок інших рубрик («Вітаємо», «Сімдесят незабутніх») та заповнення простору між публікаціями.

Ілюстративне оформлення видання на цьому етапі існування не зазнало кардинальних змін: найпоширенішими жанрами ілюстрацій є репортажний знімок і фотопортрет, інколи використовують добірки фотографій до матеріалу.

2. 2005–2020 роки. Із 2005 року новий колектив адміністрації ЗНУ проводить реорганізацію всіх вишівських ЗМІ (радіо, телебачення локальне, газета) [7], що вилилося, зокрема, у реформування університетської газети — вона отримує абсолютно нову і змістову, і композиційно-графічну модель, починає виходити в кольорі на мелованому папері. Із невеликими модифікаціями графічна модель 2005-го року існує досі.

Редактор газети із 2006 року — випускниця факультету журналістики ЗНУ Марія Канцелярист. За її керівництва видання виходить на обласний рівень і отримує статус обласної академічної газети. Починаючи з 2006 року, газета виходить на чотирьох-шести сторінках, перша та остання — кольорові; формат (А3) та наклад (1000 примірників) залишаються незмінними. Розвиток композиційно-графічної моделі досліджуваного видання передбачав оновлення кольорової гами макету газети. Основним кольором оформлення газети «Запорізький університет» із 2006 року є синій. Подальший розвиток моделі видання зберігає статус синього кольору як головного, «фірмового» кольору газети — ним оздоблюється шапка видання й лінійка верхнього колонтитулу, колонцифра. Натомість для оформлення заголовків станом на 2012 рік синій колір практично не використовується. Графічне оформлення видання на четвертому етапі існування характеризується широким використанням кольору для оздоблення підкладок, заголовків, плашок рубрик та фіксованим стилем оформлення рубрик. Текстові шрифти протягом четвертого етапу представлені гарнітурою FranklinGothic BookC — подані всі основні тексти газети з 2006 року.

Композиційно-графічна модель досліджуваного видання в період 2006–2012 років характеризується збільшенням ролі ілюстрацій, зокрема фотографій, що робить сторінки газети більш динамічними й візуально насиченими. Уперше в газеті застосовується накладання ілюстрацій: верхнє фото нижнім правим кутом накладається на нижній знімок. Загалом ілюстративне

оформлення видання на четвертому етапі існування характеризується незмінною жанровою палітрою, проте повноколірний друк газети сприяв збільшенню кількості ілюстрацій і, отже, динамічності та візуальної насиченості шпальт.

Редакторка відмовилася від використання заливки і лінійок для відбивки матеріалів (окрім рамок для окремих постійних елементів: рубрики «Новини», блоку оголошень тощо), їхня роль перейшла до міжколонних пробілів і «повітря», що заповнює прогалини між матеріалами, а це сприяло відновленню ролі вільного простору як засобу організації матеріалів на шпальті.

Типологічні особливості газети «Запорізький університет» протягом періоду її існування зазнали деяких змін, що пов'язано з переходом від радянської системи ЗМІ до сучасної. Аналіз видання виявив, що упродовж усього часу функціонували три його умовні композиційно-графічні моделі: радянська (1973–1993), перехідна (1993–2006) та сучасна (із 2006 і досі). Незмінною залишилася жанрова палітра ілюстрацій — це переважно репортажні знімки та фотопортрети. Це спричинено тим, що специфіка видання передбачає насамперед інформування про нові події в університетському житті. Змінено графічну модель газети, зокрема відбувся перехід на повноколірний друк. Проте перспективним залишається вивчення особливостей функціонування власне корпоративних видань.

1. Гуревич С. Газета: вчера, сегодня, завтра : учеб. пособие для вузов. М. : Аспект Пресс. 2004. 288 с. [Вернуться к статье](#)

2. Каплій О. В. Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов. Одеса, 2013. Вип. 50. С. 35–46. [Вернуться к статье](#)

3. Коцарев О. О. Типология интернет-СМИ // Ученые записки Тавр. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. Филология. 2006. Т.19. № 5. С. 321–324. [Вернуться к статье](#)

4. Московцева В. В. Типология друкованих засобів масової інформації. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 44 с. [Вернуться к статье](#)

5. Недопитанський М. Сучасна українська періодика: типологічний аспект // Наукові записки Інституту журналістики. К., 2006. Т. 23. С. 184–186. [Вернуться к статье](#)

6. Шевченко В. Елементи оформлення сучасного газетного видання // Наукові записки Інституту журналістики. 2000. Т. 1. С. 88–95. [Вернуться к статье](#)

7. Шевченко В. Типологія сучасних журналів — засіб вивчення світогляду суспільства // Наукові записки Інституту журналістики / КНУ імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Київ., 2007. Т. 28. С. 43–48. [Вернуться к статье](#)

8. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. ДСТУ 3017:2015 [Електронний ресурс]. URL: [http://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu\\_3017\\_2015.pdf](http://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf) (дата звернення: 29.03.2021). [Перейти к источнику](#)  
[Вернуться к статье](#)



9. Несхозієвський А., Розум О. Газетне виробництво в Україні // Друкарство. 2004. № 5 (58). С. 11–15. [Вернуться к статье](#)
10. Тарасенко Т., Канцелярист М. Галерея редакторів: вони творили газету 35 років // Запорізький ун-т. 2008 р. 1 вересня. С. 4–36. [Вернуться к статье](#)